

PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL DAN KEPRIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA DEALER HONDA MERPATI MOTOR KOTA PROBOLINGGO

by Reyhan Upm Ekonomi

Submission date: 31-Jan-2022 10:00AM (UTC+0900)

Submission ID: 1751397144

File name: PEDA_MOTOR_PADA_DEALER_HONDA_MERPATI_MOTOR_KOTA_PROBOLINGGO.docx (31.52K)

Word count: 2492

Character count: 15212

7

PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA DEALER HONDA MERPATI MOTOR KOTA PROBOLINGGO

Raihan Wishal Nafis¹⁾, Priantono²⁾, Adela Safitri³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo, Jl Yos Sudarso 107, Pabean, Dringu, Probolinggo_Jawa

Timur_Indonesia

39

Email: raihan.nafis@upm.ac.id

Abstract

This research was conducted at a Honda Merpati Motor Dealer in Probolinggo City with the aim of: 1) To examine the effect of lifestyle, social class and personality simultaneously on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer Probolinggo City. 2) To test the effect of lifestyle, social class and personality partially on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer Probolinggo City. 3) To find out the variables between lifestyle, social class and personality that have dominant influence on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City. The research method used in this study is a type of quantitative research the population used in this study was 213, and for the sample used were 40 consumers. Based on the research results, it shows that lifestyle (X_1) and personality (X_3) simultaneously influence purchasing decisions (Y) with the results of $F_{count} > F_{table}$ of $22.471 > 2.87$, while lifestyle (X_1) and personality (X_3) have a partial effect on purchasing decisions (Y) with the results of $t_{count} > t_{table}$ of $2.548 > 2.026$ with $Sig. < 0.015$. While the dominant influence is the social class variable (X_2) on purchasing decisions (Y) with the results of $t_{count} > t_{table}$ $4.876 > 2.026$ with a $Sig. < 0.000$.

Keywords: Lifestyle, Social Class, Personality, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Begitu tingginya usaha perdagangan motor dari berbagai jenis dan merek yang ditawarkan oleh dealer, menyebabkan persaingan dalam usaha perdagangan tersebut semakin tinggi. Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, dan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar salah satu merek yang digemari oleh sebagian masyarakat sejak dahulu adalah merek Honda. Untuk menghadapi persaingan tersebut produk Honda selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian dari masyarakat agar produknya tetap laku.

Fahmi (2016) menjelaskan Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang menemukan dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya. Gaya hidup adalah suatu seni yang budayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opiniya. Sunyoto (2015) juga menjelaskan Gaya hidup adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang menjadi menentu keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. Selain gaya hidup, yang perlu diperhatikan adalah kelas sosial.

Wijayanti (2019: 259) mendefinisikan Kelas sosial sebagai bagian anggota-anggota masyarakat kedalam suatu hirarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relatif sama mempunyai kesamaan. Sedangkan Setiadi (2015: 231) menambahkan Kelas sosial adalah penjumlahan kelas-kelas dalam masyarakat, artinya semua orang dan keluarga yang sadar akan kedudukan mereka itu diketahui dan diakui oleh masyarakat umum. Jadi teori perbandingan sosial perindividu membandingkan kepemilikan material yang dimiliki dengan kepemilikan materi yang dimiliki orang lain dengan maksud untuk menentukan posisi realtif dalam hubungan sosial.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda, tetapi tidak semua orang mengetahui pengertian pribadi dengan benar. Setiadi (2015) mendefinisikan Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari system psikofisi individu yang menentu penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik. Sedangkan Priansa (2017) menambahkan bahwa Kepribadian merupakan pola khas seseorang dalam berpikir, merasakan dan berperilaku juga relatif stabil dan dapat diperkirakan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang dimaksud dengan pribadian terkait dengan sifat dan perilaku yang khas, yang muncul dari dalam diri konsumen, yang merupakan reaksi dan penyesuaian diri terhadap berbagai rangsangan yang diberikan oleh produsen.

Oleh karena itu pemasar harus memahami faktor-faktor tersebut agar menjadi segmentasi yang dapat menarik konsumen untuk membeli sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor kota Probolinggo. Berdasarkan hal-hal yang diuraikan diatas, maka peneliti ini diberi judul "Pengaruh Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo."

METODE

Metode ini digunakan untuk pengumpulan data dimana penulis secara langsung terjun pada objek penelitiannya, sedangkan cara yang digunakan dalam penelitian lapangan ini adalah Kuesioner menurut Sujarweni (2018: 120) "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab". Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada konsumen yang membeli kendaraan sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo sebanyak 40 konsumen.

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis data dalam bentuk angka-angka yang pembahasannya melalui perhitungan statistik berdasarkan jawaban kuisisioner dari responden. Hasil perhitungan dari skor atau nilai tersebut kemudian dalam analisa statistik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang merupakan konsumen Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. Deskripsi responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.

Tabel 1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis kelamin	Frekuensi konsumen	Persentase (%)
Laki-laki	23	57,5%
Perempuan	17	42,5%
Jumlah	40	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 57,5% (23 konsumen) sedangkan perempuan sebanyak 42,5% (17 konsumen). Hal ini berarti responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia		
Usia	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
17 – 25 Tahun	12	30%
25 – 35 Tahun	15	37,5%
Di atas 35 Tahun	13	32,5%
Jumlah	40	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 30% (12 konsumen), untuk responden yang berusia 25-30 tahun sebanyak 37,5% (15 konsumen), untuk responden yang berusia di atas 35 tahun sebanyak 32,5% (13 konsumen). Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritas berusia 25-35 tahun.

Tabel 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan		
Pekerjaan	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa	6	15%
PNS	10	25%
Wiraswasta	16	40%
Lain-lain	8	20%
Jumlah	40	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 15% (6 konsumen), untuk responden yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 25% (10 konsumen), untuk responden memiliki pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 40% (16 konsumen), untuk responden memiliki pekerjaan Lainnya Seperti Petani, Buruh, Nelayan dan Lainnya sebanyak 20% (8 konsumen). Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritas memiliki pekerjaan Karyawan Swasta.

Tabel 4
Data Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Gaya Hidup (X_1)

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,752	0,312	Valid
2	0,854	0,312	Valid
3	0,882	0,312	Valid
4	0,878	0,312	Valid
5	0,851	0,312	Valid
9	0,785	0,312	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel Gaya Hidup (X_1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai berada di atas nilai r tabel = 0,312.

Tabel 5
Data Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kelas Sosial (X_2)

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,768	0,312	Valid
2	0,760	0,312	Valid
3	0,748	0,312	Valid
4	0,825	0,312	Valid
5	0,738	0,312	Valid
6	0,591	0,312	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel Kelas Sosial (X_2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai berada di atas nilai r tabel = 0,312.

Tabel 6
Data Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepribadian (X_3)

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,741	0,312	Valid
2	0,734	0,312	Valid
3	0,764	0,312	Valid
4	0,816	0,312	Valid
5	0,844	0,312	Valid
6	0,813	0,312	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel Kepribadian (X_3) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai berada di atas nilai r tabel = 0,312.

Tabel 7
Data Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,499	0,312	Valid
2	0,449	0,312	Valid
3	0,599	0,312	Valid
4	0,822	0,312	Valid
5	0,719	0,312	Valid
6	0,666	0,312	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel Keputusan Pembelian (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai berada di atas nilai r tabel = 0,312.

Tabel 8
Data Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah Butir Pernyataan (N)	Cronbach Alpha	Ketetapan Reliabilitas	Keterangan
Gaya Hidup (X ₁)	6 item	0,911	0,60	Reliabel
Kelas Sosial (X ₂)	6 item	0,833	0,60	Reliabel
Kepribadian (X ₃)	6 item	0,876	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	6 item	0,688	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (konsisten dan dapat dipercaya), karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari ketetapan reliabilitas yaitu 0,60 sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 9
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.292	2.683		1.600	.118
	Gaya_hidup	.163	.064	.266	2.548	.015
	Kelas_sosial	.417	.085	.522	4.876	.000
	Kepribadian	.255	.091	.296	2.800	.008

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Sehingga dengan demikian diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 4,292 + 0,163X_1 + 0,417X_2 + 0,255X_3$$

- 1) Diketahui nilai konstanta sebesar 4,292 menyatakan jika tidak ada variabel Gaya Hidup (X₁), variabel Kelas Sosial (X₂), dan variabel Kepribadian (X₃) maka akan diperoleh nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 4,292.
- 2) Koefisien Regresi b₁ (Gaya Hidup) = 0,163 yang menyatakan jika ada penambahan satu-satuan Gaya Hidup (X₁) akan memengaruhi tingkat Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,163 dengan variabel bebas lainnya berupa Kelas Sosial (X₂) dan Kepribadian (X₃).
- 3) Koefisien Regresi b₂ (Kelas Sosial) = 0,417 yang menyatakan jika ada penambahan satu-satuan Kelas Sosial (X₂) akan memengaruhi tingkat Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,417 dengan variabel bebas lainnya berupa Gaya Hidup (X₁) dan Kepribadian (X₃) yang dianggap konstan.
- 4) Koefisien Regresi b₃ (Kepribadian) = 0,255 yang menyatakan jika ada penambahan satu-satuan Kepribadian (X₃) akan memengaruhi tingkat Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,255 dengan variabel bebas lainnya berupa Gaya Hidup (X₁) dan Kelas Sosial (X₂) yang dianggap konstan.

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan nilai R square sebagaimana pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.652	.623	1.442

a. Predictors: (Constant), Kepribadian, Gaya_hidup, Kelas_sosial

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber : Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 10 di atas diketahui besarnya nilai Koefisien Korelasi $R = 0,807$, nilai Koefisien Determinasi (R Square) = 0,652. Nilai ini diperoleh dari penguadratan koefisien korelasi ($0,807 \times 0,807$). Karena penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, nilai *Adjusted R Square* akan lebih akurat untuk digunakan. Nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,623 hal ini berarti 62,3% variabel dependen keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian. Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 11
Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	140.220	3	46.740	22.471	.000 ^b
Residual	74.880	36	2.080		
Total	215.100	39			

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepribadian, Gaya_hidup, Kelas_sosial

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 11 di atas, hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} 22,471 lebih besar dari F_{tabel} 2,87 dengan nilai $sig. F = 0,000 < 0,05$, berarti bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji F, terbukti jika ada pengaruh antara variabel Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Kepribadian secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pada Dealer Merpati Motor Kota Probolinggo. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Masreviastuti (2017), Rozikin et al (2014), Yuliana & Lestari (2014), serta Sumarga & Lestari (2019)

Tabel 12
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients		t	Sig.	
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.292	2.683	1.600	.118	
	Gaya_hidup	.163	.064	.266	2.548	.015
	Kelas_sosial	.417	.085	.522	4.876	.000
	Kepribadian	.255	.091	.296	2.800	.008

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan data tabel 12 di atas untuk variabel Gaya Hidup (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 2,548 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,015$, karena nilai $sig. t < 0,025$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup (X_1) terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kelas Sosial (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 4,876 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,000$ karena nilai $sig. t < 0,025$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kepribadian (X_3) diperoleh nilai t_{hitung}

2,800 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,008$ karena nilai $sig. t < 0,025$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian terbukti jika variabel Gaya Hidup dan Kepribadian berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, selanjutnya dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: (1) Secara simultan variabel gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor kota Probolinggo; (2) Variabel gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor kota Probolinggo secara parsial

REFERENSI

- Masreviastuti, Aliatul Amalia. 2017. *Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Foremost Pride Kota Blitar*. Blitar: Jurnal Aplikasi Bisnis. E-ISSN: 2407-3741. ISSN: 2407-3741.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rozikin, Leonardo Budi Hasiolan & Andi Tri Haryono. 2014. *Pengaruh Harga, Iklan Televisi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang*. Semarang: Jurnal Administrasi Bisnis. ISSN: 2303-1174
- Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamea Group.
- Sujarweni, Wiratna. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Barupress.
- Sumarga, Hendi Ega & Sofyati Ayu Lestari. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang*. Tangerang: Dynamic Management Journal. E-ISSN: 2598-398X P-ISSN: 2337-8743.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Wijayanti, Silvana Kardinar. 2019. *Pengaruh Gya Hidup Konsdep Diri, Kelas Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Ke Kedai Kopi*. Kaltim: RJABM. E-ISSN: 2580-3131.
- Yuliana, Nora & Retno Budi Lestari. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi, Motivasi, Pembelajaran, Sikap Dan Kepribadian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tropicana Slim Di Kota Palembang*. Palembang: Jurnal Aplikasi Bisnis. E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407-3741.

PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA DEALER HONDA MERPATI MOTOR KOTA PROBOLINGGO

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

18%
INTERNET SOURCES

9%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 chaylilkusairi.wordpress.com 1%
Internet Source

2 doku.pub 1%
Internet Source

3 ejurnal.ars.ac.id 1%
Internet Source

4 eprints.upnjatim.ac.id 1%
Internet Source

5 fa.player.fm 1%
Internet Source

6 repository.uncp.ac.id 1%
Internet Source

7 www.sciencegate.app 1%
Internet Source

8 dark-rendezvous.blogspot.com 1%
Internet Source

repository.lppm.unila.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	e-journal.poltekkesjogja.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	1 %
12	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	1 %
13	ar.scribd.com Internet Source	1 %
14	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	1 %
15	ameliaapriyani.wordpress.com Internet Source	1 %
16	fr.scribd.com Internet Source	1 %
17	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
18	jurnal.bppk.kemenkeu.go.id Internet Source	1 %
19	jurnal.iailm.ac.id Internet Source	1 %

20

berbagilmuinfo.blogspot.com

Internet Source

<1 %

21

Kahfi Fikrianoor, M. Rizki Utama, Faishal Prahatma Ganinda, Agung Dwi Nugroho, Amir Hidayatulloh. "Whistleblowing System Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Di Indonesia: Apakah Risiko Sanksi Pajak Memoderasi?", Reformasi Administrasi, 2020

Publication

<1 %

22

[Submitted to South Bank University](#)

Student Paper

<1 %

23

Tria Wulan Ndari, Wahyuningsih Wahyuningsih, Yobert Kornelius. "FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN MEMUTUSKAN MEMBELI DAN MENGGUNAKAN SMARTPHONE MEREK OPPO DI KECAMATAN PALU SELATAN", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2015

Publication

<1 %

24

jurnal.pnj.ac.id

Internet Source

<1 %

25

repository.stieykpn.ac.id

Internet Source

<1 %

26

www.neliti.com

Internet Source

<1 %

27

Darwin Yuwono Riyanto, Novan Andrianto, Abdullah Khoir Riqqoh. "PENGARUH CITY IMAGE DAN CITY BRANDING TERHADAP VISIT INTENTION DI WISATA BAHARI PROVINSI JAWA TIMUR", JURNAL SOSIAL HUMANIORA, 2020

Publication

<1 %

28

rudiblogmy.blogspot.com

Internet Source

<1 %

29

balimedikajurnal.com

Internet Source

<1 %

30

megasholihah33.blogspot.com

Internet Source

<1 %

31

Diyas Widiyarti, Heri Sunaryanto, Sumarto Widiono. "UPAYA PENINGKATAN PENGETAHUAN HIDUP SEHAT MENCEGAH COVID-19 BAGI MASYARAKAT DI DESA MARGA SAKTI KECAMATAN PADANG JAYA KABUPATEN BENGKULU UTARA", Darmabakti: Jurnal Inovasi Pengabdian dalam Penerbangan, 2021

Publication

<1 %

32

Onita Sari Sinaga, Debi Eka Putri, Astri Rumondang Banjarnahor, Fitria Halim, Fitria Halim, Acai Sudirman. "Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman

<1 %

Hewan Kota Pematangsiantar", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020

Publication

33

Rika Maya Sari, Bashory Bashory. "Tipe Kepribadian Anak dan Kecenderungan Kejadian Verbal Abuse pada Anak di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo", Jurnal Ners dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery), 2019

Publication

<1 %

34

e-jurnal.lppmunsera.org

Internet Source

<1 %

35

ejournal.gunadarma.ac.id

Internet Source

<1 %

36

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

37

idtesis.com

Internet Source

<1 %

38

ikk.fema.ipb.ac.id

Internet Source

<1 %

39

journal.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

40

karyailmiah.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

41

perindag.jogjakota.go.id

Internet Source

<1 %

42

www.ojs.stikessorong.ac.id

Internet Source

<1 %

43

Kezia R. Rompis, Vonny N. S. Wowor, Christy N. Mintjelungan. "Gambaran Perilaku Pemeliharaan Kesehatan Gigi Mulut dan Indeks Plak Siswa SD Katolik Wori", *Jurnal e-Biomedik*, 2019

Publication

<1 %

44

ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA LAPANGAN FUTSAL HIDAYAT FUTSAL SQUARE)", *MANAJERIAL*, 2018

Publication

<1 %

45

Rosiana Rizal, Sara Surya. "Analisis Pengaruh Keberadaan BPJS Kesehatan Terhadap Kelangsungan Usaha Apotek Di Kota Padang", *PHARMACY: Jurnal Farmasi Indonesia (Pharmaceutical Journal of Indonesia)*, 2018

Publication

<1 %

46

repository.unsri.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes OnExclude matches OffExclude bibliography On